

Il Marchio CNR - Guida per l'uso del logo e del nome CNR

SOMMARIO

Premesse.....	3
Definizioni e Abbreviazioni.....	4
1. Il marchio a tutela del nome e del logo CNR.....	5
1.1 Cosa è un marchio?	
1.2 Strategia di tutela	
1.3 Rappresentazione del nome e del logo CNR. Specifiche grafiche	
2. Uso del Marchio CNR negli accordi di valorizzazione economica dei Diritti di Proprietà Industriale (DPI).....	10
2.1 Uso del Marchio CNR negli accordi di valorizzazione economica dei DPI	
2.1.a Principi generali	
2.1.b Uso del Marchio CNR per scopi pubblicitari o promozionali	
2.1.c Uso del Marchio CNR per scopi commerciali	
2.2 Uso del Marchio CNR per scopi pubblicitari o promozionali e per scopi commerciali in caso di contitolarità di DPI	
3. Uso del Marchio CNR nei contratti di ricerca finanziata.....	12
3.a Principi generali	
3.b Uso del Marchio CNR per scopi commerciali	
3.c Uso del Marchio CNR per scopi informativi/promozionali	

A cura di Alessia Naso, Caterina Foppiano e Irene Gennai
Unità Valorizzazione della Ricerca, Direzione Centrale Servizi per la Ricerca - CNR

Versione: Dicembre 2021

PREMESSE

Il Consiglio Nazionale delle Ricerche è il più grande ente pubblico di ricerca italiano; riveste un “ruolo centrale di riferimento e valorizzazione delle comunità tematiche e disciplinari in ambito nazionale, in un quadro di cooperazione e integrazione europea, e ha il compito di svolgere, promuovere, e valorizzare ricerche nei principali settori della conoscenza, perseguendo l’integrazione di discipline e tecnologie; di trasferirne e di applicarne i risultati per lo sviluppo scientifico, culturale, tecnologico, economico e sociale del Paese e di fornire supporto tecnico-scientifico agli organi costituzionali e alle amministrazioni pubbliche” (cfr. Art 2 dello Statuto del Consiglio Nazionale delle Ricerche, Provvedimento del Presidente n. 93 /2018).

Il nome e il logo del CNR rappresentano uno strumento essenziale di visibilità dell’Ente in contesti italiani e stranieri, diventando un bene immateriale con un intrinseco valore, anche economico, il cui uso può essere oggetto di negoziazione in accordi di ricerca e sviluppo, convenzioni e accordi quadro, accordi di trasferimento tecnologico, ed è spesso richiesto per sponsorizzare o patrocinare eventi, convegni e workshop nazionali ed internazionali.

Il presente documento ha l’obiettivo di fornire indicazioni, sia alle strutture organizzative e al personale del CNR, sia a soggetti terzi aventi rapporti con esso, su termini e modalità d’uso del nome e del Marchio CNR nell’ambito dei contratti di valorizzazione economica dei Diritti di Proprietà Industriale che ricadono nelle competenze assegnate all’Ufficio “Valorizzazione della Ricerca”, e che sono normati nel Regolamento IPR dell’Ente.

Sono altresì fornite indicazioni per l’uso del nome e del Marchio CNR nell’ambito dei contratti di Ricerca Finanziata.

DEFINIZIONI e ABBREVIAZIONI

CPI: “Codice della Proprietà Industriale” emanato con il D. Lgs. Legge 30/2005 e ss.mm. e ii.

DPI: Diritti di Proprietà Industriale: Privative industriali quali brevetti e modelli di utilità, marchi, nuove varietà vegetali, etc.

UVR: Unità Valorizzazione della Ricerca della Direzione Centrale Servizi per la Ricerca del CNR

Personale UVR: Referenti IPR e/o IPR Staff come indicati alla pagina web <https://www.cnr.it/it/valorizzazione-della-ricerca> nel Documento “TTO Personnel/Staff e funzioni Unità Valorizzazione della Ricerca”

Regolamento IPR: “Regolamento per la tutela, gestione e valorizzazione della proprietà industriale sui risultati della ricerca CNR” approvato con delibera del Consiglio di Amministrazione n. 338 del 19/12/2019 e pubblicato sul portale CNR alla pagina web https://www.cnr.it/sites/default/files/public/media/doc_innovazione/delibera_338_2019.pdf

Ricerca Finanziata: ai sensi dell’art. 65, comma 5, del CPI, è la ricerca finanziata, in tutto o in parte, da soggetti privati o realizzata nell’ambito di specifici progetti di ricerca finanziati da soggetti pubblici diversi dal CNR. Ai fini del presente documento rientrano nella definizione di Ricerca Finanziata: la Ricerca Contrattuale, la Ricerca Collaborativa e la Ricerca su Base Competitiva, come definite nel Regolamento IPR.

Struttura/e Organizzativa/e: Dipartimenti, Istituti, Uffici e Unità dell’Amministrazione Centrale del CNR

1. IL MARCHIO A TUTELA DEL NOME E DEL LOGO CNR

1.1 Cos'è un marchio?

Il marchio è un “segno distintivo” che serve a contraddistinguere i prodotti o servizi di un soggetto, differenziandoli da quelli dei propri concorrenti con prodotti o servizi simili o affini.

Ai sensi del CPI, possono costituire oggetto di registrazione di un marchio: le parole (compresi i nomi propri di persona), i disegni, le lettere e le cifre, i suoni, la forma del prodotto o della sua confezione, le combinazioni o le tonalità cromatiche, i profumi, combinazione di immagini e di suoni (file audiovisivo).

I marchi comunemente più registrati (e anche di interesse per il presente documento) sono:

- il marchio “verbale” o “denominativo”, costituito soltanto da lettere, parole, numeri o da una particolare combinazione di caratteri o parole; sarà diritto del titolare del marchio poter rappresentare in qualunque modo, forma e colore quanto protetto con un marchio denominativo;
- il marchio “figurativo”, composto da rappresentazioni stilizzate o da elementi grafici ben definiti da forme, loghi e specifici colori. In questo caso la rappresentazione grafica registrata sarà vincolante per ogni uso che si vorrà fare del marchio figurativo.

Quando i marchi sono composti sia da elementi figurativi, sia da elementi denominativi si definiscono marchi “misti”.

La registrazione di un marchio conferisce al richiedente (titolare) un diritto esclusivo di usare quel marchio per distinguere i propri prodotti e servizi, vietando a tutti i soggetti terzi, se non espressamente autorizzati, di usare segno identico o confondibile con il marchio registrato.

La registrazione ha tuttavia una valenza territoriale, quindi il diritto di uso esclusivo del marchio da parte del titolare potrà essere esercitato solo nei paesi in cui verrà richiesta, e concessa, la sua registrazione.

Inoltre, per evitare la nascita di monopoli assoluti, in fase di deposito della domanda di registrazione di un marchio, è necessario indicare le specifiche classi merceologiche (come identificate nella Classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi o Classificazione di Nizza¹) nelle quali si intende impiegare il marchio. Questo sistema consiste di 45 classi, di cui 34 identificano prodotti e 10 identificano servizi, da selezionare in fase di registrazione sulla base dei prodotti e/o servizi per i quali si intenderà utilizzare il marchio.

¹ [Classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi \(Classificazione di Nizza\) \(mise.gov.it\)](http://www.mise.gov.it)

1.2 Strategia di tutela

Il logo con le tre lettere CNR disposte concentricamente è storicamente riconosciuto come simbolo dell'immagine pubblica del Consiglio Nazionale delle Ricerche.

Nel 2010, tuttavia, maturata la consapevolezza del valore associato al nome e al logo dell'Ente, è stata avviata una formale procedura di tutela ai sensi del CPI, attraverso la registrazione di un marchio figurativo per il solo logo CNR a livello italiano, e un marchio figurativo misto (logo più denominazione) a livello europeo.

Sia il logo, sia il nome del CNR, sino ad allora rappresentati in una gamma di configurazioni grafiche (font, colori, dimensioni) che non consentivano una univoca riconoscibilità dell'immagine dell'Ente e un'ottimizzazione della sua visibilità, sono stati anche oggetto di restyling², individuando un unico colore e un nuovo font moderno e contemporaneo, affinché il nuovo marchio potesse diventare elemento primario "distintivo" di comunicazione verso l'esterno per tutte le attività del CNR.

Nel 2020, in occasione della scadenza delle privative registrate nel 2010, la strategia di tutela è stata rivalutata e rafforzata e, considerate le esigenze di utilizzare il logo e il nome sia separatamente sia variamente combinati, a livello nazionale ed internazionale, si è ritenuto opportuno proteggerli secondo la strategia rappresentata in Tabella 1.

Oggi, pertanto, il CNR ha protetto come Marchio sia il logo, rappresentato dalle tre lettere CNR disposte concentricamente, sia la denominazione CONSIGLIO NAZIONALE DELLE RICERCHE, entrambi registrati sia in Italia, sia in Europa.

² Si veda anche https://www.cnr.it/sites/default/files/public/media/servizi_informatici/LogoCnr-2010-Manuale_uso.pdf

ELEMENTO PROTETTO	MARCHIO e PAESE	TUTELA 2010	TUTELA 2020
	Marchio figurativo ITALIA	Registrazione n. RM2010C006110 (302020000046906) del 08/10/2010	Rinnovo n. 362020000151867 del 10.09.2020
	Marchio figurativo UNIONE EUROPEA		Registrazione n. 18254239 del 15/06/2020 (rivendicando pre- esistenza della domanda di marchio italiano depositato del 2010)
CONSIGLIO NAZIONALE DELLE RICERCHE	Marchio denominativo ITALIA		Registrazione n. 302020000046906 del 15/06/2020
	Marchio denominativo UNIONE EUROPEA		Registrazione n. 18354359 del 14/12/2020 (rivendicando la priorità della domanda italiana n. 302020000046906)
	Marchio denominativo REGNO UNITO		Registrazione n. UK00003675639 del 30/07/2021 (rivendicando priorità della domanda italiana n. 302020000046906)
 Consiglio Nazionale delle Ricerche	Marchio misto (figurativo e denominativo) UNIONE EUROPEA	Registrazione n. 009432386 dell'08/10/2010	Rinnovo n. 009432386 dell'08/10/2020

Tabella 1: strategia di tutela del logo e del nome CNR come Marchio, nel 2010 e nel 2020

Ai fini del presente documento, pertanto, con l'espressione Marchio CNR si intendono sia il logo (immagine grafica), sia la denominazione (Consiglio Nazionale delle Ricerche).

Il Marchio del CNR, così come il nome e il logo di tutte le Strutture Organizzative, sono di proprietà esclusiva del CNR.

Come previsto dalle procedure di tutela del marchio di impresa, che richiedono la scelta delle classi merceologiche di prodotto e di servizio in cui attivare la protezione per il marchio, per il Marchio CNR sono state scelte le classi 16, 41, 42³, rappresentative degli scopi istituzionali dell'Ente.

³ Classe 16: Carta, cartone e prodotti in queste materie, non compresi in altre classi; Stampati; Articoli per legatoria; Fotografie; Cartoleria; Adesivi (materie collanti) per la cartoleria o per uso domestico; Materiale per artisti; Pennelli; Macchine da scrivere e articoli per ufficio (esclusi i mobili); Materiale per l'istruzione o l'insegnamento (tranne gli apparecchi); Materie plastiche per l'imballaggio (non comprese in altre classi); Caratteri tipografici; Cliché; stampati, opuscoli, riviste, libri, giornali, manifesti, fotografie, materiale didattico o di insegnamento (esclusi i mobili).

Classe 41: Educazione; Formazione; Divertimento; Attività sportive e culturali; servizi di formazione, istruzione, organizzazione di convegni, mostre, congressi, seminari, conferenze, pubblicazione di libri, stampati, giornali, riviste, CD-ROM, DVD, produzione di film, video, mostre di insegnamento scientifico, pubblicazione di lavori scientifici, organizzazione di concorsi nei settori della cultura e della scienza.

1.3) Rappresentazione del nome e del logo CNR. Specifiche grafiche

Sebbene la tutela come sola denominazione di CONSIGLIO NAZIONALE DELLE RICERCHE consenta la sua rappresentazione con qualunque font, in occasione del restyling del 2010 si è deciso di adottare, come font ufficiale, il GEOSANS Light Regular, con grafia maiuscola o minuscola indifferentemente.

Riguardo al colore da impiegare per la rappresentazione del logo e del nome del CONSIGLIO NAZIONALE DELLE RICERCHE, si riportano qui di seguito le coordinate per il blu CNR, secondo i vari modelli di combinazione colori



CMYK	100 - 70 - 8 - 54
RGB	0 - 47 - 95
HTML	002F5F
PANTONE	295 C

Classe 42: Servizi scientifici e tecnologici e servizi di ricerca e progettazione ad essi relativi; Servizi di analisi e di ricerche industriali; Progettazione e sviluppo di hardware e software; Consulenza, ricerca e assistenza di ricerca; ricerca nei settori della scienza, scienze fisiche, matematiche, statistiche, modellazione e simulazione digitale, fisica atomica e molecolare, ottica e laser, fisica dei liquidi, fisica del comportamento meccanico, fisica degli oggetti biologici, nanofisica, scienze dell'universo, planetologia, oceanografia, geologia, geofisica, climatologia, idrologia, vulcanologia, sismologia, ambiente, astronomia, astrofisica; fisica delle particelle, fisica nucleare e degli adroni, astroparticelle e neutrini, ciclo di potenza a valle, ricerca e sviluppo negli acceleratori, griglie di calcolo, scienze chimiche, dei materiali, chimica di controllo dell'inquinamento, farmacia, energia chimica, cosmetica, chimica agricola, catalisi, geochimica, elettrochimica, fotochimica, farmaco-chimica, scienze della vita, biologia strutturale, microbiologia, farmacologia, neuroscienze, cognizione, immunologia, genetica, biologia cellulare, fisiologia, biologia vegetale, biodiversità, biotecnologie, biotecnologie vegetali, genomica, epigenetica, medicina, farmacologia, virologia, parassitologia, enzimologia, patologia, neurofisiologia; scienze umane e sociali, preistoria, archeologia, storia, etnologia, filosofia, linguistica, geografia, scienze economiche e management, sociologia, scienze politiche, scienze giuridiche, geografia, demografia, storia dell'arte, egiptologia, antropologia dell'arte, etno-musicologia, museologia, antropologia, antropologia biologica, cultura, religione, economia(micro e macroeconomia), finanza, etnologia della tecnologia, sociologia delle scienze e della tecnologia, epistemologia, psicologia, letteratura, scienze e tecnologie della comunicazione, scienze dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile, cambiamenti climatici, biodiversità; , città sostenibile, energia, salute e l'ambiente, climatologia, ecologia, etologia, scienza e tecnologia dell'informazione e di ingegneria, micro e nanotecnologie, fotonica, energia elettrica, onde, meccanica, acustica, bioingegneria, materiali, calore, fluidi, plasmi, combustione, informatica, automazione, robotica, segnali, intelligenza artificiale, imaging, microscopia elettronica, biomeccanica, biomateriali, progettazione e sviluppo di software, noleggio di tempi di accesso a un server di database, servizi di informazione scientifica, indagini (ingegneria).

In virtù della strategia di tutela adottata nel 2020, il logo e il nome del CNR possono essere impiegati tanto disgiuntamente, quanto in combinazione; in quest'ultimo caso, l'uso combinato è autorizzato sia nella versione lineare, sia quadrata, in funzione della posizione e dell'uso che se ne intende fare.



Versione lineare



Versione quadrata

Sono a disposizione per il personale CNR e le Strutture Organizzative le immagini in formato PNG e le immagini vettoriali di entrambe le versioni, a bassa, media e alta risoluzione, alla pagina web <https://www.cnr.it/it/utilita>. Il loro utilizzo deve, comunque, tenere sempre in considerazione le indicazioni contenute nel presente documento.

2. USO DEL MARCHIO CNR NEGLI ACCORDI DI VALORIZZAZIONE ECONOMICA DEI DPI

2.1 Uso del Marchio CNR negli accordi di valorizzazione economica dei DPI

a) Principi generali

Ai sensi dell'Art. 25 del Regolamento IPR, nell'ambito delle attività connesse ad accordi di valorizzazione⁴ di DPI, l'utilizzo del Marchio CNR da parte di terzi è autorizzato dal Responsabile UVR "a seguito di opportune verifiche in merito alle modalità di utilizzo, e purché venga assicurato il decoro dell'Ente e non vi sia nessuna associazione a iniziative contrarie ai valori del CNR, a norme imperative e al buon costume" (cfr. comma 3, Art. 25).

Le modalità e i termini, anche economici, per l'uso del Marchio CNR, secondo i principi di seguito illustrati, devono essere definiti già in fase di negoziazione e stipula dell'accordo di valorizzazione.

Nessun accordo deve conferire il diritto automatico di usare il Marchio CNR, (così come il nome e logo di ogni Struttura Organizzativa); è sempre buona norma prevedere nei rapporti con terzi che ogni uso del Marchio CNR, o citazione della denominazione "Consiglio Nazionale delle Ricerche", siano preventivamente concordati.

b) Uso del Marchio CNR per scopi pubblicitari o promozionali

Eventuali comunicazioni a scopo pubblicitario, informativo o divulgativo, e in generale ogni contenuto predisposto a scopo promozionale, relativi ai rapporti con il CNR, devono essere preventivamente esaminati e valutati dal CNR, che avrà facoltà di proporre modifiche, integrazioni oppure osservazioni entro un predefinito periodo di tempo dal ricevimento della comunicazione. È possibile, eventualmente, prevedere che, in caso di mancata risposta in tempi concordati, valga il principio del silenzio assenso.

La comunicazione da esaminare deve essere sottoposta all'attenzione del Personale UVR referente per lo specifico contratto, che si coordinerà per le valutazioni necessarie con il gruppo di ricerca/inventori/personale CNR interessato, ed eventualmente con il responsabile della Struttura Organizzativa coinvolta.

c) Uso del Marchio CNR per scopi commerciali

L'uso del Marchio CNR per scopi commerciali (come, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, su etichette e manuali d'uso di prodotti, processi, protocolli e servizi realizzati in virtù della concessione d'uso e sfruttamento a terzi delle privative industriali del CNR, oppure su pagine web destinate alla vendita o all'e-commerce etc., nel seguito indicati genericamente come "Prodotto/Prodotti"), deve essere autorizzato in forma scritta dal Responsabile UVR.

L'uso del Marchio CNR dovrà essere contestualizzato e circoscritto all'effettivo contributo del CNR e dei suoi Istituti alla realizzazione dei Prodotti, prevedendo l'inserimento di opportune diciture.

⁴ Es.: contratti di licenza esclusiva e non esclusiva, contratti di cessione, contratti di opzione, etc. e comunque tutti quei contratti che prevedono la concessione a terzi dell'uso e sfruttamento commerciale di privativa industriali di proprietà, totale o parziale, del Consiglio Nazionale delle Ricerche"

Alcuni esempi:

- se il CNR ha concesso in licenza ad una azienda un brevetto per la realizzazione di un microscopio, il Prodotto potrà riportare la dicitura “Realizzato da nome azienda su concessione del Brevetto n.____ di proprietà del CNR”;
- se il CNR ha concesso in licenza ad una azienda un brevetto relativo ad un procedimento per la preparazione di prodotti alimentari, il Prodotto potrà riportare la dicitura “Prodotti secondo procedimento brevettato del CNR”;
- se il CNR ha concesso in licenza ad una azienda un brevetto che protegge una specifica parte di Prodotto, esso dovrà riportare la dicitura “Componente x realizzata su concessione del Brevetto n.____ di proprietà del CNR”.

Laddove sia previsto il contributo dell’Istituto e degli inventori anche nelle fasi di sviluppo e realizzazione di un prodotto/processo concesso in uso e sfruttamento ai terzi, esso potrà riportare la dicitura “Realizzato da nome azienda su concessione del Brevetto n. ____ di proprietà del CNR, con il contributo del nome istituto del CNR nelle fasi di _____”

La più opportuna indicazione o dicitura sarà comunque discussa e negoziata con il CNR, e richiederà sempre una approvazione scritta definitiva. In ogni caso è fatto divieto assoluto dell’uso del Marchio CNR in sostituzione del marchio aziendale o come marchio stesso del Prodotto.

Per ricevere l’autorizzazione all’uso del Marchio CNR, i soggetti terzi interessati dovranno inviare richiesta scritta al Personale UVR referente per il contratto di valorizzazione, che potrà richiedere tutti gli elementi che riterrà utili per la valutazione e definitiva approvazione da parte del Responsabile UVR.

L’autorizzazione potrà essere concessa a titolo gratuito o potranno essere pattuiti corrispettivi che saranno oggetto di negoziazione in fase di definizione dell’accordo di valorizzazione.

2.2 Uso del Marchio CNR per scopi pubblicitari o promozionali e per scopi commerciali in caso di contitolarità di DPI

Nel caso di privative in contitolarità con soggetti terzi interessati allo sfruttamento commerciale, dovranno essere applicate le medesime disposizioni previste per gli accordi di valorizzazione di cui al precedente paragrafo. Le previsioni in tal senso dovranno essere concordate ed inserite negli accordi per la tutela e gestione condivisa della privativa in comproprietà, e saranno riprese in eventuali accordi di valorizzazione che potranno essere siglati specificamente per il successivo sfruttamento commerciale.

Il Personale UVR è a disposizione per fornire consulenze e pareri sulle modalità più opportune di concessione d’uso del nome e del logo del CNR anche nel caso di contratti di licenza di know-how, da stipulare per la concessione dell’uso e dello sfruttamento commerciale di prodotti, processi, protocolli e servizi ideati e/o realizzati dal CNR, ma non tutelati da DPI.



3. USO DEL MARCHIO CNR NEI CONTRATTI DI RICERCA FINANZIATA

a) Principi generali

Nessun accordo sia di tipo istituzionale, sia di tipo commerciale, può conferire automaticamente il diritto di usare il nome e/o il Marchio del CNR al contraente o ad altri soggetti terzi. Ogni uso del nome e/o del Marchio CNR va preventivamente concordato e autorizzato dall'Ente.

Pertanto, nel contesto della Ricerca Finanziata, durante la negoziazione e predisposizione dei relativi contratti, è necessario prevedere clausole che regolino modalità e termini d'uso del Marchio CNR, così come l'uso del nome e del marchio di ciascun contraente.

L'uso del Marchio CNR, così come il nome ed il logo di ogni Struttura Organizzativa, potrà essere concesso purché venga assicurato il decoro dell'Ente e non vi sia nessuna associazione a iniziative contrarie ai valori del CNR, a norme imperative e al buon costume.

È buona norma che qualsiasi uso sia circoscritto al ruolo e al contributo effettivo apportato dal CNR, evitando espressioni generiche e non contestualizzate.

b) Uso del Marchio CNR per scopi commerciali

Ferma restando la necessità di dare la dovuta visibilità al contributo apportato dall'Ente, qualora si preveda la possibilità dell'uso del Marchio CNR nell'ambito di attività di natura commerciale di soggetti terzi, detto uso potrà essere concesso anche a titolo oneroso, e dovrà prevedere un passaggio autorizzativo del Consiglio di Amministrazione dell'Ente che potrà altresì determinare il corrispettivo dovuto e le modalità d'uso.

c) Uso del Marchio CNR per scopi informativi/promozionali

Anche nel caso di attività a scopo esclusivamente informativo/promozionale (comunicati stampa, pagine web, brochure, allestimento di spazi espositivi) svolte da soggetti terzi partner del CNR in accordi commerciali e che riguardino l'Ente e/o il contributo da esso apportato, è buona norma prevedere il dovuto riconoscimento al CNR; la Struttura Organizzativa coinvolta, presa visione del materiale oggetto delle suddette attività, potrà autorizzare l'uso del Marchio CNR o anche solo la citazione del Consiglio Nazionale delle Ricerche.

Il Personale UVR è a disposizione per fornire consulenze e pareri sulle modalità più opportune di concessione d'uso del Marchio CNR nei contratti di Ricerca Finanziata.

Il Personale UVR è altresì a disposizione per pareri sugli usi diversi da quelli illustrati nel presente documento.